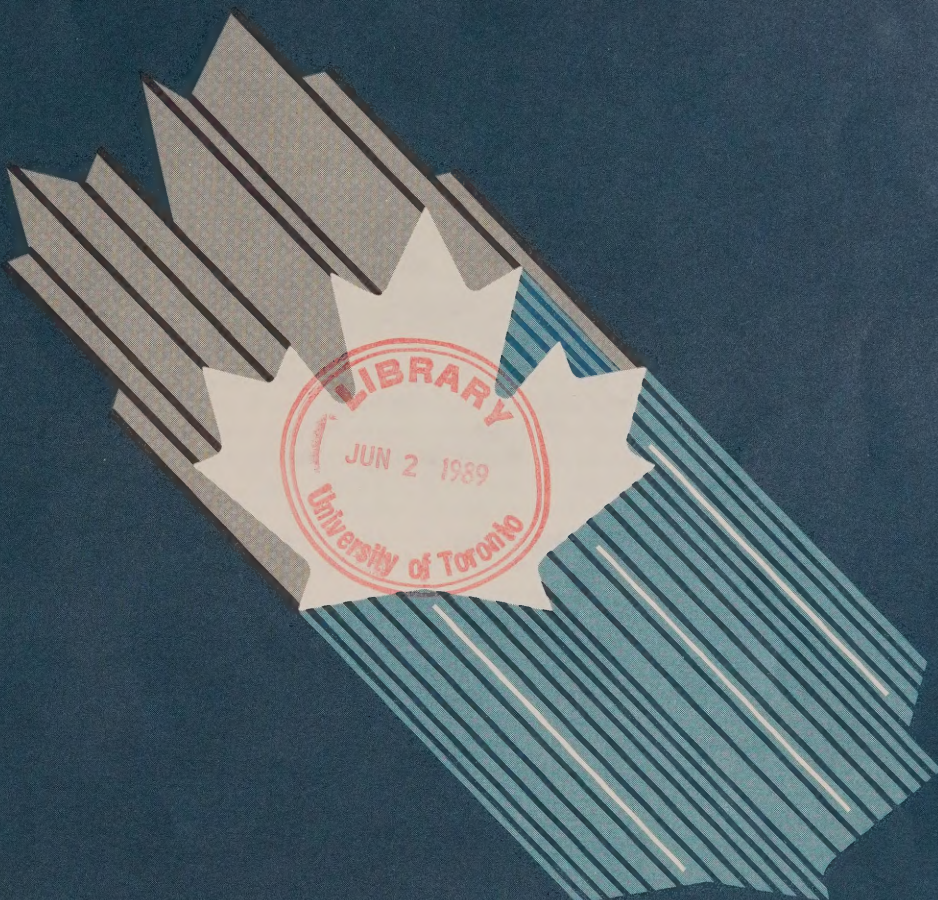
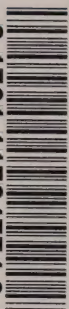


CAI  
IST 1  
- 1988  
B37

# I N D U S T R Y P R O F I L E

3 1761 11764774 3



Industry, Science and  
Technology Canada

Industrie, Sciences et  
Technologie Canada

## Biscuits

Canada

# Regional Offices

## Newfoundland

Parsons Building  
90 O'Leary Avenue  
P.O. Box 8950  
ST. JOHN'S, Newfoundland  
A1B 3R9  
Tel: (709) 772-4053

## Prince Edward Island

Confederation Court Mall  
Suite 400  
134 Kent Street  
P.O. Box 1115  
CHARLOTTETOWN  
Prince Edward Island  
C1A 7M8  
Tel: (902) 566-7400

## Nova Scotia

1496 Lower Water Street  
P.O. Box 940, Station M  
HALIFAX, Nova Scotia  
B3J 2V9  
Tel: (902) 426-2018

## New Brunswick

770 Main Street  
P.O. Box 1210  
MONCTON  
New Brunswick  
E1C 8P9  
Tel: (506) 857-6400

## Quebec

Tour de la Bourse  
P.O. Box 247  
800, place Victoria  
Suite 3800  
MONTRÉAL, Quebec  
H4Z 1E8  
Tel: (514) 283-8185

## Ontario

Dominion Public Building  
4th Floor  
1 Front Street West  
TORONTO, Ontario  
M5J 1A4  
Tel: (416) 973-5000

## Manitoba

330 Portage Avenue  
Room 608  
P.O. Box 981  
WINNIPEG, Manitoba  
R3C 2V2  
Tel: (204) 983-4090

## Saskatchewan

105 - 21st Street East  
6th Floor  
SASKATOON, Saskatchewan  
S7K 0B3  
Tel: (306) 975-4400

## Alberta

Cornerpoint Building  
Suite 505  
10179 - 105th Street  
EDMONTON, Alberta  
T5J 3S3  
Tel: (403) 495-4782

## British Columbia

Scotia Tower  
9th Floor, Suite 900  
P.O. Box 11610  
650 West Georgia St.  
VANCOUVER, British Columbia  
V6B 5H8  
Tel: (604) 666-0434

## Yukon

108 Lambert Street  
Suite 301  
WHITEHORSE, Yukon  
Y1A 1Z2  
Tel: (403) 668-4655

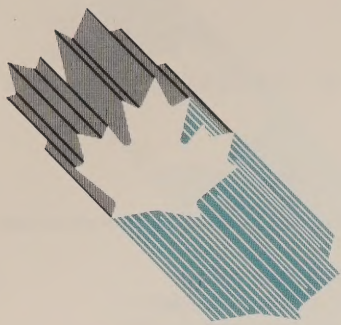
## Northwest Territories

Precambrian Building  
P.O. Bag 6100  
YELLOWKNIFE  
Northwest Territories  
X1A 1C0  
Tel: (403) 920-8568

*For additional copies of this  
profile contact:*

*Business Centre  
Communications Branch  
Industry, Science and  
Technology Canada  
235 Queen Street  
Ottawa, Ontario  
K1A 0H5*

*Tel: (613) 995-5771*



# INDUSTRY PROFILE BISCUITS

IST 1  
-1988  
1337

1988

## FOREWORD

.....

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to survival and growth. This Industry Profile is one of a series of papers which assess, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological and other key factors, and changes anticipated under the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the papers.

The series is being published as steps are being taken to create the new Department of Industry, Science and Technology from the consolidation of the Department of Regional Industrial Expansion and the Ministry of State for Science and Technology. It is my intention that the series will be updated on a regular basis and continue to be a product of the new department. I sincerely hope that these profiles will be informative to those interested in Canadian industrial development and serve as a basis for discussion of industrial trends, prospects and strategic directions.

Minister

## 1. Structure and Performance

### Structure

The biscuit industry comprises establishments primarily engaged in manufacturing sweetened and unsweetened biscuits, which include cookies, crackers and other dry baked goods.

In 1986, there were 34 biscuit manufacturing establishments located across Canada, which shipped products worth \$520 million. Employment stood at about 6300 persons. During that year, exports were valued at \$62 million (about 12 percent of shipments), while imports of \$50 million represented about 10 percent of the domestic market.

Concentration and foreign ownership levels in the industry are high, and greatly exceed the average for the food and beverage group because of the dominant position of one foreign multinational enterprise.

The four largest biscuit manufacturers in Canada are Nabisco Brands Ltd., Culinar Inc., Dare Foods Ltd. and Beatrice International (Canada) Ltd. These firms account for an estimated 85 percent of total shipments in Canada. Small establishments with fewer than 50 employees account for 30 percent of establishments but contribute less than one percent of the value of shipments.

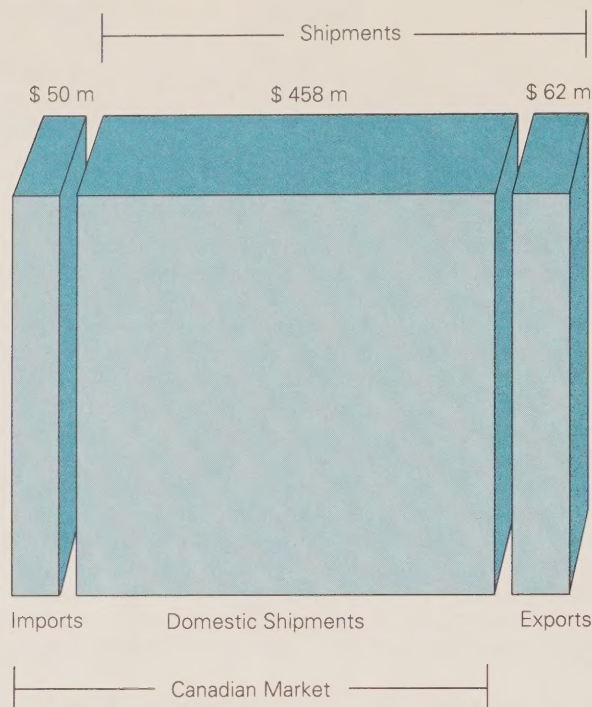
Imported biscuits of all types have increased their share of the Canadian market by more than four percent between 1981 and 1986. Imports of \$50 million in 1986 represented 9.9 percent of the market and were sourced chiefly from the United Kingdom, the Netherlands, Denmark (together 66 percent) and the United States (24 percent). Typical of the European Community (E.C.) products are high-quality, butter-based biscuits, which use low-cost, surplus E.C. butter, and a variety of specialty crackers.

In 1986, exports were valued at \$62 million. Almost all were directed to the United States. Unlike some food products, biscuits lend themselves well to transport, product differentiation and brand loyalty, and they possess a shelf life suitable to the export market. Canadian firms such as Dare Foods and InterBake (now Nabisco) have been particularly successful in exporting unique crackers, while Voortman's have concentrated on building exports of European-style bulk cookies to the United States.

### Performance

Although the biscuit manufacturing industry is profitable, it serves a mature market. Domestic consumption peaked in the late 1970s and has been static for the past eight years.

A recent industry study of six major biscuit manufacturing firms was based on 1987 operating results. The results, believed to be representative of the whole industry, indicated that the median return of 12.9 percent on assets (the ratio of net profits to total assets) was relatively high compared to other food industries. However, the industry has been operating at a low 68 percent of estimated total capacity.



*Imports, Exports and Domestic Shipments  
1986*

Employment in the biscuit industry has declined only marginally since 1981. In 1986, it stood at 6268 persons, which represented a two percent decline from the average of 6380 persons employed between 1981 and 1986. The decline was caused by industry mergers and rationalization of production facilities.

Over the course of the last 10 years, a series of acquisitions and mergers has left Nabisco Brands Ltd. as the major multinational enterprise (MNE) business in the Canadian industry since the Beatrice operations (Colonial Cookies Ltd.) were recently sold to Canadian principals. In 1987, the assets of InterBake (owned by Weston Bakeries) were split between Culinar Inc. and Nabisco. Culinar acquired the sweet biscuit lines which fall under the McCormick's brand name. Nabisco (through its Christie Brown Co. Division) now includes the cracker business of InterBake and the former British-owned Associated Biscuits of Canada (Dad's, Peek Frean and David's brands). If the purchase of InterBake assets by Nabisco is taken into consideration, it is estimated that this one firm now accounts for more than 50 percent of sweet biscuit shipments and more than 70 percent of cracker shipments in Canada.

Since 1980, overall domestic demand for biscuits has been static. This situation is chiefly due to demographic changes, increased consumer emphasis on nutrition and competition from both imports and alternative snack foods. Imported biscuits of all types, but generally those of high quality, increased their share of the Canadian market by more than four percent between 1981 and 1986, as they rose from 5.6 percent to 9.9 percent. On the other hand, exports, which increased from 5.3 percent of shipments in 1981 to 11.9 percent in 1986, have helped maintain production volumes. Canada has a substantial positive balance of trade (\$48 million in 1986) with the United States.

In general, biscuits contain about 20 percent sugar and 70 percent flour. Sweet goods benefit from Canadian sugar prices, which are substantially lower than those in the United States. American sugar prices are maintained at a high level to encourage local beet and cane production, but Canadian sugar plants operate on world prices. Given the relatively favourable Canada-U.S. exchange rate, these factors have contributed to the significant rise in exports.

## 2. Strengths and Weaknesses

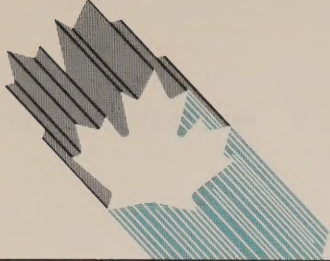
### Structural Factors

A series of mergers in recent years has rationalized Canadian biscuit production, so that economies of scale are now being achieved in several of the large plants. However, compared to U.S. operations, most Canadian biscuit plants are small and considered to be less capital-intensive.

Major production costs in the biscuit industry are associated with labour, packaging and ingredients such as flour, milk, sugar and vegetable oil. Although Canadian firms normally possess an advantage over their U.S. counterparts because of their cheaper sugar, Canadian milk, a somewhat less significant raw material, costs more than U.S. milk. A recent change in pricing policy by the Canadian Wheat Board (CWB) will make domestic flour competitive with the U.S. product. Packaging, which represents about 20 percent of the cost of production, is generally more costly in Canada than in the United States.

Canadian wage rates are, on average, about 10 percent lower than those in the United States. This cost advantage is somewhat offset by the higher productivity per employee in the United States, which is primarily due to the advantages of large scale.

Most product innovations or consumer trends originate in the U.S. market but quickly spread to Canada. The Canadian market does, however, display subtle taste differences from the United States. Even multinational firms adjust some of their recipes to meet local consumer preferences.



New formulations or flavours are continually being developed in the industry to win the consumer's attention and they are usually the subject of strong advertising programs. For example, "soft and chevy" cookies were introduced several years ago to coincide with consumer interest in "home-made" goods. A variety of wholewheat crackers is being formulated in response to a growing consumer consciousness of — and therefore demand for — the dietary need for fibre.

Advertising plays a significant role in establishing and maintaining market shares for brand-name goods. The industry has spent an average of \$8 million annually (1.5 percent of industry sales) on promotion between 1984 and 1988. Small or mid-sized firms advertise less than the larger firms, but tend to cater to regional markets and local taste preferences or to specialty market segments (such as wafer biscuits). In this way they avoid direct competition with large firms which have the advantage of well-recognized brand names.

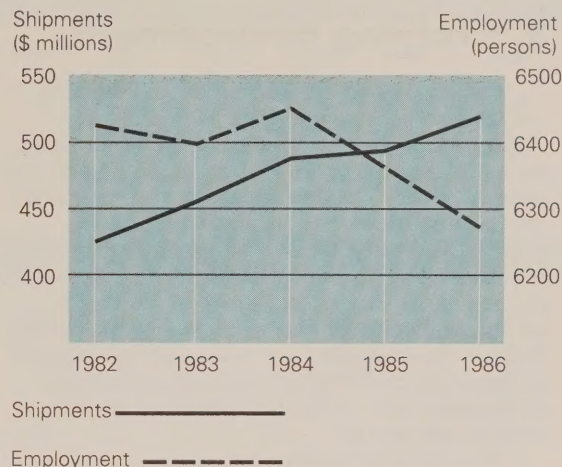
#### Trade-related Factors

Biscuits enter the United States free of duty. The E.C. imposes duties of 13 percent ad valorem and a range of variable taxes on biscuits. These translate into effective tariff protection which ranges between 30 and 60 percent ad valorem, depending upon the importing country. In contrast, tariffs of 7.5 percent ad valorem are applied on a Most Favoured Nation (MFN) basis to the majority of Canadian imports.

Under the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA), tariffs for all biscuit types will be removed in equal steps over a 10-year period. This is the maximum period for tariff phase-out under the FTA. The agreement also includes an exemption for Canada from any potential quota restrictions the United States may impose on food products containing 10 percent or less of sugar by weight. To set quota restrictions, the United States must successfully demonstrate that the imported sugar-containing product undermines U.S. sugar policy.

#### Technological Factors

Implementation of efficient production technologies is an ongoing process for mid and large-sized manufacturers, and a necessary one to keep them competitive in the domestic and export markets. Much of the processing equipment is "off-the-shelf" and readily available. Recent innovations from Europe, such as large-scale continuous kneading and mixing techniques, have enabled at least one medium-sized company to enter the growing unsweetened (cracker) market. Advanced packaging materials and related technologies are also being introduced to increase the shelf life and ease the transport of biscuits.



Total Shipments and Employment

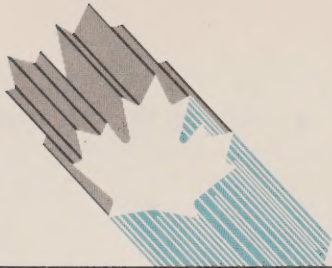
#### Other Factors

The CWB sets domestic and export prices for western Canadian wheat. In the mid-1980s the gap widened between U.S. wheat prices and those set by the CWB for its domestic sales. In late 1987, the price in Canada was almost double the U.S. price. The Ontario Wheat Producers' Marketing Board controls the sale of much of the soft wheat used by biscuit manufacturers in eastern Canada, but it follows a policy of setting domestic prices in step with CWB levels.

Until recently, manufacturers were hampered by the two-price policy when competing with imports. However, wheat was traditionally made available at levels close to those prevailing in the U.S. market if flour-containing products were destined for export. Imports of wheat or flour into Canada are not permitted.

The government recognized the problem of cost-competitiveness in the domestic market for all industrial flour users, and in view of the FTA, a policy change was made effective August 1, 1988. The system was changed so that domestic prices are now set according to market levels for equivalent grades of wheat in the United States. This measure removes most of the cost disadvantage for Canadian biscuit manufacturers.

Although Canadian-U.S. currency exchange rates have been advantageous to exporters in the biscuit industry, many of the products they market tend to be sold as specialty items which are less price-sensitive than regular products. For this reason the exchange rate is a less critical factor than it is for many other products of the food processing industry.



### 3. Evolving Environment

Canadian per capita consumption of biscuits has been static in recent years, with only a few cookie product categories and some cracker types demonstrating growth by displacing more traditional industry goods. The lack of growth in consumption can be attributed largely to changing Canadian demographic characteristics and overall slow population growth. An older population is now concerned with caloric intake, while a reduced school-age population requires fewer boxed lunches. Another important element of the flat market is the increased proportion of family food expenditure on meals in restaurants, where biscuits are not normally served.

Biscuits also compete with a growing variety of snack items, including granola bars, doughnuts, candy, as well as confectionery and fresh baked goods. These products have grown in variety, providing consumers with new choices and gradually weakening the demand for biscuits.

The relatively high level of excess capacity and the static domestic market have created more interest in exporting. Exports have grown from 5.3 percent of shipments in 1981 to nearly 12 percent in 1986. Unique products, the advantage of lower-cost sugar and a favourable exchange rate have all assisted the growth in exports.

Free trade will result in the removal of tariffs over the course of the next 10 years. As a result of the policy change in wheat pricing, domestic flour will be available at competitive prices, which will allow the industry to retain its traditional strong share of the domestic market.

### 4. Competitiveness Assessment

The Canadian biscuit industry is generally expected to be competitive under the FTA, although profit margins may decrease somewhat because of downward pricing pressure from tariff-reduced imports. The Canadian market is protected to some extent by brand-name loyalty, local allegiance to small firms and a variety of products formulated for regional taste preferences. Sugar costs are normally lower for Canadian processors, and low-cost sugar, along with the change in domestic wheat pricing, will help to bring the cost of production in Canada in line with that of U.S. producers, which enjoy scale advantages.

The industry has recently undergone a series of changes. Some plants are already large enough to compete in the new trading environment. It is expected, however, that the FTA will lead to some product-line specialization in Canada for the North American market, with the result that the agreement will be marginally positive for the industry.

For further information concerning the subject matter contained in this profile, contact:

Service Industries and Consumer Goods  
Branch  
Industry, Science and Technology Canada  
Attention: Biscuits  
235 Queen Street  
Ottawa, Ontario  
K1A 0H5

(613) 954-2918



**PRINCIPAL STATISTICS**

**SIC(s) COVERED: 1071 (1980)**

	1973	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Establishments	40	28	28	27	30	31	34
Employment	7 862	6 371	6 420	6 400	6 450	6 369	6 268
Shipments (\$ millions)	187	412	427	454	490	494	520

**TRADE STATISTICS**

	1973	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Exports (\$ millions)	15.5	22	25	32	39	54	62	65
Domestic shipments (\$ millions)	171.5	390	402	422	451	440	458	—
Imports (\$ millions)	7.4	23	27	30	41	46	50	53
Canadian market (\$ millions)	178.9	413	429	453	492	486	508	—
Exports as % of shipments	8.3	5.3	5.9	7.0	8.0	10.9	11.9	—
Imports as % of domestic market	4.1	5.6	6.3	6.6	8.3	9.5	9.9	—
Source of imports (% of total value)				U.S.	E.C.	Asia	Others	
		1981	40	51	4	5		
		1982	40	51	4	5		
		1983	33	56	5	6		
		1984	26	62	5	7		
		1985	22	68	5	5		
		1986	24	66	4	6		
		1987	28	60	3	9		
Destination of exports (% of total value)				U.S.	E.C.	Asia	Others	
		1981	93	1.0	—	5.0		
		1982	95	1.0	—	4.0		
		1983	95	0.4	—	4.5		
		1984	98	1.0	—	1.0		
		1985	97	0.1	1.1	1.8		
		1986	97	0.2	1.0	1.8		
		1987	97	0.1	1.0	1.9		

**(continued)**

## REGIONAL DISTRIBUTION — Average over the last 3 years

	Atlantic	Quebec	Ontario	West
Establishments — % of total	4	32	50	14
Employment — % of total	3	36	51	10
Shipments — % of total	1	43	50	6

## MAJOR FIRMS

Name	Ownership	Location of Major Plants
Culinar Inc.	Canadian	Montréal, Sainte-Marie-de-Beauce, Sainte-Martine and Saint-Lambert, Quebec, London and Aurora, Ontario, Winnipeg, Manitoba
Beatrice International (Canada) Ltd.	Canadian	Kitchener and Hamilton, Ontario
Dare Foods Limited	Canadian	Kitchener, Ontario
Nabisco Brands Limited	American	Toronto, Ontario Montréal, Quebec Winnipeg, Manitoba
W & H Voortman Limited	Canadian	Burlington, Ontario

**Note:** Statistics Canada data have been used in preparing this profile.

RÉPARTITION RÉGIONALE — Moyenne des 3 dernières années

	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest
Établissements (en %)	4	32	50	14
Emplois (en %)	3	36	51	10
Expéditions (en %)	1	43	50	6

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Nom	Propriété	Emplacement
Culinar Inc.	canadienne	Montréal Sainte-Marie-de-Beauce Sainte-Martine et Saint-Lambert (Québec) London et Aurora (Ontario) Winnipeg (Manitoba)
Beatrice International Canada Ltd.	canadienne	Kitchener et Hamilton (Ontario)
Dare Foods Limited	canadienne	Kitchener (Ontario)
Nabisco Brands Canada Ltée	américaine	Toronto (Ontario) Montréal (Québec) Winnipeg (Manitoba)
W & H Voortman Limited	canadienne	Burlington (Ontario)

\* Les montants indiqués sont exprimés en millions de dollars.

Les données utilisées dans ce profil proviennent de Statistique Canada.

COMMERCIALES									
Expositions*	187	412	427	454	490	494	520		
Emplois	7 862	6 371	6 420	6 400	6 450	6 369	6 268		
Etablissements	40	28	28	27	30	31	34		
	1973	1981	1982	1983	1984	1985	1986		

Exportations*	15,5	22	25	32	39	54	62	65
Exportations intérieures*	171,5	390	402	422	451	440	458	—
Importations*	7,4	23	27	30	41	46	50	53
Marché intérieur*	178,9	413	429	453	492	486	508	—
Exportations (en % des expéditions)	8,3	5,3	5,9	7,0	8,0	10,9	11,9	—
Importations (en % du marché intérieur)	4,1	5,6	6,3	6,6	8,3	9,5	9,9	—
Source des importations (en %)								
	E.-U.	CEE	Asie	Autres				
1981	40	51	4	5				
1982	40	51	4	5				
1983	33	56	5	6				
1984	26	62	5	7				
1985	22	68	5	5				
1986	24	66	4	6				
1987	28	60	3	9				
Destination des exportations (en %)								
	E.-U.	CEE	Asie	Autres				
1981	93	1,0	—	5,0				
1982	95	1,0	—	4,0				
1983	95	0,4	—	4,5				
1984	98	1,0	—	1,0				
1985	97	0,1	1,1	1,8				
1986	97	0,2	1,0	1,8				
1987	97	0,1	1,0	1,9				

La surcapacité de production relativement élevée de cette industrie et la stagnation de la demande intérieure l'ont incitée à se tourner vers l'exportation. Les ventes à l'étranger, qui représentaient 5,3 p. 100 des expéditions en 1981, atteignaient près de 12 p. 100 en 1986. Les exportations ont bénéficié du caractère exclusif des produits, du prix avantageux du sucre et d'un taux de change favorable. Le libre-échange entraînera l'élimination des tarifs au cours des 10 prochaines années. À la suite des modifications apportées à la politique d'établissement des prix du blé, la farine canadienne se vendra à des prix compétitifs, permettant à la biscuiterie de conserver sa part du marché intérieur.

#### 4. Évaluation de la compétitivité

Avec l'entrée en vigueur de l'Accord, l'industrie canadienne de la biscuiterie devrait être concurrentielle, même si ses marges bénéficiaires diminuent en raison des pressions à la baisse exercées sur les prix par la réduction des tarifs sur les importations. Le marché canadien est protégé, en raison de la fidélité des consommateurs à certaines marques et de la spécialisation des petites entreprises locales qui fabriquent une grande variété de produits pour répondre aux préférences régionales. En règle générale, le sucre est meilleur marché pour les biscuitières canadiennes et cet avantage conjugué aux modifications apportées à la politique d'établissement des prix du blé, permettra de ramener les frais de production des biscuitières canadiennes au même niveau que ceux des biscuitières américaines qui profitent d'économies d'échelle.

Cette industrie canadienne a récemment connu une série de changements. Certaines biscuitières sont déjà assez importantes pour faire face à la concurrence dans cette conjoncture. Cependant, l'Accord devrait provoquer au Canada une certaine spécialisation afin de répondre à la demande nord-américaine. Il aura donc eu peu de répercussions bénéfiques sur cette industrie.

Pour de plus amples renseignements sur ce dossier, s'adresser à :

Industries des services  
et des biens de consommation  
Industrie, Sciences et Technologie Canada  
Objet : Biscuiterie  
235, rue Queen  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0H5

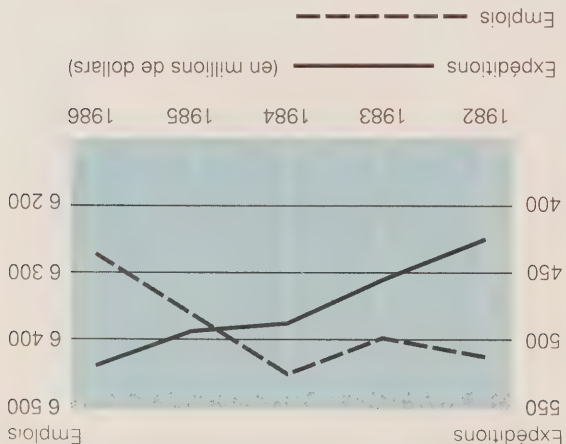
Tél. : (613) 954-2918

Jusqu'à récemment, les biscuitières étaient limitées par cette politique de double prix lorsqu'elles voulaient concurrencer les importations. Cependant, la farine et destinées à l'exportation pouvaient depuis toujours se procurer du blé canadien à des prix comparables aux prix du blé américain. Toutefois, l'importation de blé ou de farine au Canada reste interdite.

Le gouvernement, reconnaissant que tous les utilisateurs industriels de farine doivent affronter une concurrence serrée sur le marché intérieur, a donc décidé, pour respecter les conditions de l'Accord, de modifier sa politique. Ce changement est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> août 1988. En vertu de cette nouvelle politique, les prix du blé sur le marché intérieur sont établis en fonction des cours du marché pour des qualités de blé comparables aux qualités américaines. Cette mesure a éliminé presque tous les inconvénients que les biscuitières canadiennes connaissaient au chapitre des prix de revient. Même si les taux de change entre le dollar canadien et le dollar américain ont avantagé les exportateurs spécialisés dans le domaine de la biscuiterie, la plupart de leurs produits sont des produits spéciaux moins sensibles à la concurrence fondée sur les prix que les produits courants. Le taux de change est donc pour ces produits un facteur secondaire à considérer, ce qui n'est pas toujours le cas dans l'industrie de la transformation des produits alimentaires.

#### 3. Évolution de l'environnement

Au Canada, la consommation individuelle de biscuits a peu varié ces dernières années, seules certaines catégories de biscuits et de craquelins ont enregistré une augmentation. Cette absence de croissance dans la consommation est surtout due aux changements démographiques et à la faiblesse de l'essor démographique. La population, plus âgée, se soucie de la valeur de certains produits alimentaires; de plus, le nombre moins élevé d'enfants d'âge scolaire entraîne une diminution du nombre de repas à emporter. La stagnation de ce marché s'explique également par la plus grande proportion du budget familial consacrée aux repas pris au restaurant où en général les biscuits ne sont pas au menu. La biscuiterie fait aussi face à la concurrence livrée par certaines friandises comme les tablettes de granola, les bonbons, les gâteaux et les produits frais de boulangerie-pâtisserie. Ces produits sont de plus en plus variés, offrant au consommateur un choix plus vaste et affaiblissant progressivement la demande de biscuits.



En vertu de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, les tarifs sur tous les biscuits seront éliminés en plusieurs étapes égales d'ici 10 ans. Il s'agit du délai maximal permis par l'Accord pour l'élimination des tarifs. L'Accord exempte également le Canada de respecter les quotas que les États-Unis pourraient imposer sur les produits contenant 10 p. 100 ou moins de leur poids en sucre. Pour imposer ces quotas, les États-Unis doivent prouver que les importations de produits contenant du sucre contreviennent à leur politique en matière de sucre.

### Facteurs technologiques

La mise en place de techniques de production rentables fait partie des activités courantes, processus essentiel à la compétitivité des moyennes et grandes entreprises de cette industrie sur le marché canadien et sur les marchés d'exportation. Les entreprises peuvent facilement se procurer presque tout le matériel de transformation. De récentes innovations européennes comme le pétrissage et le mélange continus à grande échelle ont permis à au moins une entreprise d'envergure moyenne de faire son entrée sur le marché des craquelins. Des matériaux d'emballage de pointe et des technologies complémentaires sont également utilisés pour augmenter la durée de conservation des biscuits et en faciliter le transport.

### Autres facteurs

La CCB fixe les prix de la plus grande partie du blé provenant de l'Ouest canadien. Au milieu des années 80, la différence de prix entre le blé américain et ceux déterminés par la CCB pour le marché canadien s'est accentuée. À la fin de 1987, le blé se vendait presque 2 fois plus cher au Canada qu'aux États-Unis. La Commission ontarienne de commercialisation du blé contrôle la vente de presque tout le blé tendre utilisé par les biscuiteries de l'Est dans la fabrication de leurs produits, mais elle établit ses prix en fonction de ceux fixés par la CCB.

Même si les entreprises canadiennes sont habituellement avantagées par rapport à leurs concurrentes américaines en raison des prix inférieurs du sucre, le lait canadien — matière première peu importante dans cette industrie — coûte plus cher que le lait américain. La Commission canadienne du blé (CCB) a récemment modifié la politique d'établissement des prix pour rendre plus compétitive la farine canadienne par rapport à la farine américaine. L'emballage, représentant environ 20 p. 100 des coûts de production, est généralement plus cher au Canada qu'aux États-Unis.

Le coût de la main-d'œuvre canadienne est en moyenne de 10 p. 100 inférieur à celui de la main-d'œuvre américaine. Cet avantage est toutefois annulé par la plus grande productivité de la main-d'œuvre américaine. La plupart des innovations proviennent des États-Unis et gagnent rapidement le marché canadien. Il existe cependant de subtiles différences de goût entre les consommateurs canadiens et la clientèle américaine. Les multinationales modifient même certaines de leurs recettes pour répondre aux préférences locales.

Afin d'attirer l'attention des consommateurs, de nouvelles recettes ou de nouveaux parfums sont constamment mis au point par les entreprises qui les annoncent par de vastes campagnes de publicité. Ainsi, il y a quelques années, les biscuits « moelleux » étaient mis sur le marché pour répondre à la demande de produits rappelant les recettes maison. Des craquelins de blé entier ont aussi été fabriqués pour répondre à l'intérêt des consommateurs pour leurs besoins en fibres alimentaires, provoquant ainsi une hausse de la demande.

### Facteurs liés au commerce

Les biscuits entrent en franchise aux États-Unis. Par contre, la CCE impose des tarifs douaniers de 13 p. 100 *ad valorem* et diverses taxes variant selon les produits. L'imposition de ces tarifs et de ces taxes, oscillant de 30 à 60 p. 100 selon le pays, constitue une protection tarifaire efficace. En vertu du tarif de la nation la plus favorisée toutefois, la majorité des importations canadiennes sont frappées de tarifs de 7,5 p. 100 *ad valorem*.

En tenant compte de l'achat de l'actif d'InterBake par Nabisco, cette entreprise effectue actuellement à elle seule plus de 50 p. 100 des expéditions de biscuits sucrés et plus de 70 p. 100 des expéditions de craquelins au Canada.

Depuis 1980, l'ensemble de la demande intérieure est demeurée stable. Cette situation est due aux changements démographiques, à l'importance accrue accordée par les consommateurs à leur alimentation et à la concurrence des importations et d'autres friandises. De 1981 à 1986,

les importations de biscuits de tous genres, mais surtout celles de biscuits de qualité supérieure, ont augmenté leur part du marché canadien de plus de 4 p. 100, passant de 5,6 à 9,9 p. 100. Par ailleurs, les exportations, soit 5,3 p. 100 des expéditions en 1981, qui étaient passées à 11,9 p. 100 en 1986, ont permis de maintenir la production au même niveau. Au chapitre des échanges commerciaux, le Canada a enregistré en 1986 un surplus de 48 millions de dollars avec les États-Unis.

En général, les biscuits contiennent environ 20 p. 100 de sucre et 70 p. 100 de farine. Les entreprises installées au Canada et spécialisées dans la fabrication des confiseries sont avantagées par le prix du sucre canadien, nettement inférieur à celui du sucre américain. Les prix du sucre américain sont maintenus à un niveau élevé pour encourager les producteurs locaux de betteraves sucrières et de canne à sucre. Cependant, les sucreries canadiennes sont exploitées en fonction des cours mondiaux du sucre. Le taux de change favorable du dollar canadien par rapport au dollar américain, conjugué aux facteurs précédents, a permis aux exportations d'augmenter de façon importante.

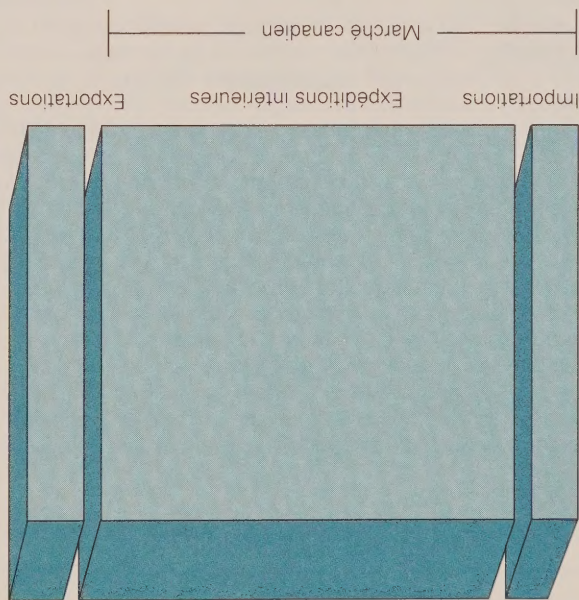
## 2. Forces et faiblesses

### Facteurs structurels

Depuis quelques années, une série de fusions a permis la rationalisation de la production dans cette industrie, de sorte que plusieurs grandes biscuiteries sont actuellement en mesure de réaliser des économies d'échelle. Cependant, comparées à leurs concurrentes américaines, la plupart des biscuiteries canadiennes sont de moindre envergure et ne sont pas capitalistiques.

Les principaux coûts de production dans l'industrie de la biscuiterie sont ceux de la main-d'œuvre, de l'emballage et de divers ingrédients comme la farine, le lait, le sucre et l'huile végétale.

Expéditions  
(en millions de dollars)



1986 - Importations, exportations et expéditions intérieures.

Les conclusions d'une étude récente portant sur les résultats d'exploitation de 1987 de 6 grandes biscuiteries — résultats représentatifs de cette

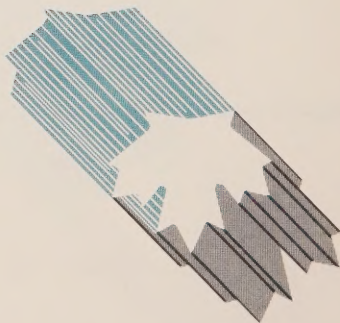
industrie — indiquent que le rendement moyen de leur actif de 12,9 p. 100, soit le ratio bénéfices nets/actif total, était élevé comparativement à celui d'autres industries alimentaires. Cependant, cette industrie ne fonctionnait qu'à 68 p. 100 de sa

capacité estimée de production totale. Depuis 1981, le nombre d'emplois dans l'industrie de la biscuiterie a légèrement diminué.

En 1986, l'effectif était de 6 268 personnes, en baisse de 2 p. 100 par rapport à la moyenne de 6 380, enregistrée de 1981 à 1986. Cette diminution est due aux fusions qu'a connues cette industrie et à la rationalisation des installations de production.

Au cours des 10 dernières années, une série d'acquisitions et de fusions ainsi que la vente récente de la société Beatrice Foods (Colonial Cookies Ltd.) à des intérêts canadiens ont permis à la société Nabisco de devenir la principale multinationale de cette industrie au Canada. En 1987, l'actif de la société InterBake, propriété de Weston Bakeries Limited, a été divisé entre Culinar et Nabisco.

La société Culinar a achetée les variétés de biscuits sucrés vendus sous la marque McCormick. Nabisco, par l'intermédiaire de sa division Christie Brown, possède maintenant le marché des craquelins détenu auparavant par InterBake et l'ancienne société de propriété britannique Associated Biscuits of Canada, propriétaire des marques Dad's, Peek Frean et David.



# P R O F I L D E L' I N D U S T R I E B I S C U I T E R I E

1988

## 1. Structure et rendement

### Structure

L'industrie canadienne de la biscuiterie regroupe les entreprises spécialisées gâteaux secs, les craquelins et autres produits du même genre.

En 1986, le Canada comptait 34 biscuiteries qui employaient environ 6 300 personnes et dont les expéditions s'élevaient à 520 millions de dollars. Les exportations étaient évaluées à 62 millions de dollars, soit près de 12 p. 100 des expéditions, alors que les importations atteignaient 50 millions, représentant environ 10 p. 100 du marché intérieur.

Une grande partie de cette industrie appartient à des intérêts étrangers; cette proportion est bien supérieure à la moyenne du secteur des aliments et des boissons et ce, en raison de la prédominance d'une entreprise multinationale étrangère.

Les 4 principales biscuiteries au Canada, soit Nabisco Brands Canada Ltd., Culinar Inc., Dare Foods Limited et Beatrice International Canada Ltd., ont effectué environ 85 p. 100 des expéditions de cette industrie. Les petites entreprises employant moins de 50 personnes représentent 30 p. 100 des établissements de cette industrie et ont réalisé, pour leur part, à peine 1 p. 100 des expéditions.

De 1981 à 1986, les importations de biscuits de tous genres ont augmenté de plus de 4 p. 100 la part du marché canadien de ces entreprises. En 1986, les importations s'élevaient à 50 millions de dollars, représentant 9,9 p. 100 du marché; elles provenaient à 66 p. 100 de Grande-Bretagne, des Pays-Bas et du Danemark et à 24 p. 100 des États-Unis. Les biscuits au beurre de qualité supérieure (biscuits fins) sont les produits types exportés par la CEE qui utilise ses surplus de beurre bon marché pour leur fabrication; parmi les autres importations de ce groupe, mentionnons aussi toute une variété de craquelins spéciaux.

En 1986, presque toutes les exportations, évaluées à 62 millions de dollars, étaient destinées aux États-Unis. Contrairement à certains produits d'alimentation, les biscuits se prêtent bien au transport; en outre, leur diversité, la fidélité de la clientèle à certaines marques et leur durée de conservation en facilitent l'exportation. Les entreprises canadiennes comme Dare Foods et InterBake Foods Limited — devenue Nabisco — connaissent un certain succès avec l'exportation de craquelins spéciaux, alors que W & H Voortman Limited concentre ses efforts sur l'exportation en gros de biscuits au beurre de qualité supérieure vers les États-Unis.

### Rendement

Même si l'industrie de la biscuiterie est rentable, elle répond aux besoins d'un marché arrivé à maturité. La demande intérieure, qui avait atteint un sommet à la fin des années 70, est restée stable au cours des 8 dernières années.

## AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution actuelle des échanges commerciaux et leur dynamique, l'industrie canadienne, pour survivre et prospérer, se doit de soutenir la concurrence internationale. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents qui sont des évaluations sommaires de la compétitivité de certains secteurs industriels. Ces évaluations tiennent compte de facteurs clés, dont l'application des techniques de pointe, et des changements qui surviendront dans le cadre de l'Accord de libre-échange. Ces profils ont été préparés en consultation avec les secteurs industriels visés.

Cette série est publiée au moment même où des dispositions sont prises pour créer le ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, fusion du ministère de l'Expansion industrielle régionale et du ministère d'État chargé des Sciences et de la Technologie. Ces documents seront mis à jour régulièrement et feront partie des publications du nouveau ministère. Je souhaite que ces profils soient utiles à tous ceux que l'expansion industrielle du Canada intéresse et qu'ils servent de base aux discussions sur l'évolution, les perspectives et l'orientation stratégique de l'industrie.

*Robert LaPalme*

Ministre

Canada



Industrie, Sciences et Technologie Canada  
Industry, Science and Technology Canada

# Bureaux régionaux

## Terre-Neuve

Parsons Building  
90, avenue O'Leary  
C.P. 8950  
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)  
A1B 3R9  
Tél. : (709) 772-4053

## Ile-du-Prince-Edouard

Confederation Court Mall  
134, rue Kent  
bureau 400  
C.P. 1115  
CHARLOTTETOWN  
(Ile-du-Prince-Edouard)  
C1A 7M8  
Tél. : (902) 566-7400

## Nouvelle-Écosse

1496, rue Lower Water  
C.P. 940, succ. M  
HALIFAX  
(Nouvelle-Écosse)  
B3J 2V9  
Tél. : (902) 426-2018

## Nouveau-Brunswick

770, rue Main  
C.P. 1210  
MONCTON  
(Nouveau-Brunswick)  
E1C 8P9  
Tél. : (506) 857-6400

PU 3097

## Québec

Tour de la Bourse  
800, place Victoria  
bureau 3800  
C.P. 247  
MONTREAL (Québec)  
H4Z 1E8  
Tél. : (514) 283-8185

## Ontario

Dominion Public Building  
1, rue Front ouest  
4<sup>e</sup> étage  
TORONTO (Ontario)  
M5J 1A4  
Tél. : (416) 973-5000

## Manitoba

330, avenue Portage  
bureau 608  
C.P. 981  
WINNIPEG (Manitoba)  
R3C 2V2  
Tél. : (204) 983-4090

## Saskatchewan

105, 21<sup>e</sup> Rue est  
6<sup>e</sup> étage  
SASKATOON (Saskatchewan)  
S7K 0B3  
Tél. : (306) 975-4400

## Alberta

Cornerpoint Building  
10179, 105<sup>e</sup> Rue  
bureau 505  
EDMONTON (Alberta)  
T5J 3S3  
Tél. : (403) 495-4782

## Colombie-Britannique

Scotia Tower  
9<sup>e</sup> étage, bureau 900  
C.P. 11610  
650, rue Georgia ouest  
VANCOUVER  
(Colombie-Britannique)  
V6B 5H8  
Tél. : (604) 666-0434

## Yukon

108, rue Lambert  
bureau 301  
WHITEHORSE (Yukon)  
Y1A 1Z2  
Tél. : (403) 668-4655

## Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building  
Sac postal 6100  
YELLOWKNIFE  
(Territoires du Nord-Ouest)  
X1A 1C0  
Tél. : (403) 920-8568

Pour obtenir des exemplaires  
de ce profil, s'adresser au :

Centre des entreprises  
Direction générale des  
communications  
Industrie, Sciences et  
Technologie Canada  
235, rue Queen  
OTTAWA (Ontario)  
K1A 0H5

Tél. : (613) 995-5771

# Biscuiterie

Industrie, Sciences et Technologie Canada  
Industry, Science and Technology Canada



P R O F I L  
D E L'INDUSTRIE

